

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ Й. А. ШУМПЕТЕРА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ребко А. С., Лагун В. И.

*Научный руководитель – к.с.н., доцент Кандричина И. Н.
Белорусский национальный технический университет,
ikandrichina@bntu.by*

Аннотация. Цифровая экономика является совершенно новым видом экономики, которая позволяет легко продавать товары и услуги и не зависеть от географических границ и/или физического присутствия в той или иной стране.

Существует множество экономических классических и неоклассических теорий, однако в настоящее время лишь часть из них соответствует современным реалиям и может использоваться при объяснении, анализе, прогнозировании и регулировании процессов становления и развитии цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, инновации, теория инноваций, предпринимательство, экономическая теория.

По мере того, как цифровая экономика становится все более неотъемлемой частью жизни людей, различные аспекты ее становления и развития приобретают все большую актуальность и дискуссионность. Современная цифровая экономика типологически отличается от той экономики, которую мы знаем сегодня.

Еще несколько десятилетий назад информационные потоки осуществлялись только классическим способом, например, люди встречались только лично, денежные операции были возможны только в наличной форме. В настоящее время эти потоки переведены в цифровую форму, то есть процессы межличностного общения, деловые и денежные операции, информационные потоки и многое другое осуществляется в электронном виде.

Цифровизация идет полным ходом, и ее важность для развития конкурентоспособности экономик практически неоспорима. Цифровая экономика является практически совершенно новой отраслью экономики, не имеющей прямой поддержки и теоретико-методологического обоснования в стандартных экономических теориях и моделях. Тем не менее, некоторые признанные экономические теории, позволяют объяснять определенные экономические факты и процессы, а их принципы применимы при анализе, обобщении и систематизации знаний о связях, сущности и закономерностях цифровой экономики и инноваций.

Наиболее применимой теорией представляется теория австрийского экономиста Йозефа Алоиза Шумпетера, который не отождествлял свою динамическую концепцию экономического цикла с неоклассической теорией конкуренции, считая ее слишком статичной. По его мнению, конкуренция – это не рыночная структура, а динамичный процесс, движимый инновациями [1].

Мотивацией предпринимателя к внедрению инноваций является получение экстраординарной прибыли, которая является результатом уникальности, то есть практически за счет создания монопольного положения. Однако прибыль, полученная таким образом, не будет реализовываться предпринимателем вечно. Со временем инновации имитируются, в результате чего монопольное преимущество снова исчезает, а вместе с ним и маржинальная прибыль.

В неоклассической концепции монополия и конкуренция являются противоположностями с точки зрения рыночных структур, однако, согласно динамической концепции рынка Й. А. Шумпетера, между ними нет расхождений [1].

Продвигая инновации, монополии временно получают прибыль. Предприниматель способен долгое время приносить прибыль за счет постоянного формирования и реализации новых инноваций. В то же время предприниматель постоянно пытается найти место на рынке, которое он мог бы заполнить своими инновациями.

Основным типом «шумпетерианских» инноваций является вывод на рынок новых продуктов. В качестве альтернативы также может рассматриваться, например, открытие новых видов производства и рынков сбыта или использование новых методов продаж и технологий. Таким образом, с точки зрения предпринимателя, технический прогресс является двигателем экономического роста, а не просто накоплением капитала.

Й. А. Шумпетер приходит к выводу, что буря созидательного разрушения может изменить порядок вещей [1]. Экономические структуры постоянно меняются. Количество инноваций и усовершенствований, которые компании создают в рамках конкурентной борьбы либо сами, либо с помощью своих конкурентов улучшают эти новшества и, таким образом, создает новую среду. В рамках непрерывного процесса обновления происходит замена устаревших продуктов.

Таким образом, с позиции «шумпетерианской» конкуренции, создание инноваций является главной целью хозяйствующих субъектов. И хотя компании в первую очередь стремятся к получению прибыли и завоеванию доминирующего положения в соответствующих сегментах рынка, они создают условия для изменения процессов производства и реализации продукции и, как следствие, своей экономической активностью меняют облик всей экономической среды, обуславливая прогресс.

Список использованных источников:

1. Шумпетер, Й. А. История экономического анализа / Й. А. Шумпетер // пер. с англ. под ред. В. С. Автономова. – СПб. : Экономическая школа, 2001. – Т. 1. – 552 с., Т. 2. – 504 с., Т. 3. – 688 с.